

sprühend, als wenn sie scharf konturiert wären.

Betrachten wir z. B. sein Plakat für die Frankfurter Messe 1925. Diese rote Signalscheibe, die »Freie Fahrt« meldet, freie Fahrt für Handel und Wirtschaft, symbolisiert durch das Messezeichen der Frankfurter Messe, steht als scharfumrissene, packende Silhouette auf der Plakatwand: Man sieht, man liest, man vergißt nicht!

Sehr stark sind die beiden Plakate für Citroëns Automobilöle. Im ersten versinnbildlicht Loupot durch die im Kreise schwingende Bewegung dreier schwarzer Arme die drei aufeinander folgenden Griffe des Chauffeurs: Auswählen, ausgießen, wegwerfen. Der Entwurf fesselt die Aufmerksamkeit, man versteht mühelos den Symbolismus dieser rotierenden drei Gesten. — Das andere Plakat



CHARLES LOUPOT

rouge, annonçant la voie libre vers le Dôme symbolique de Francfort, la voie des affaires, dessine sur les murs une silhouette très nette, très frappante: on voit, on lit, on se souvient.

Très vigoureuses, également, les deux affiches réalisées pour Raoul Citroën, fabricant d'huile pour automobiles. Dans la première, Loupot indique avec trois bras noirs, les trois temps successifs de l'opération qui incombe au chauffeur: choisir, vider, jeter. L'image accroche l'attention et il n'y a aucun effort à faire pour comprendre le symbole exprimé par ce triple geste rotatoire.

L'autre affiche est destinée à avertir le public que l'huile Raoul Citroën est vendue en bidons de trois grandeurs différentes dont le contenu est réglé d'avance pour 100 kilomètres,

